

TRANSFORMASI DIGITALISASI MARKETING PADA UMKM (Study Kasus Desa Gintung Kerta)

DIGITALIZATION TRANSFORMATION OF MARKETING ON MSMEs (Gintung Kerta Village Case Study)

Shofa Shofiah Hilabi

**Universitas Buana Perjuangan Karawang
Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
shofa.hilabi@ubpakarawang.ac.id**

ABSTRAK

Pada era modern sekarang ini, berbagai transaksi penjualan dilakukan serba digital. Penjualan berbasis *online* menjadi salah satu potensi penjualan yang memiliki peluang sangat besar dalam mendapatkan laba, akan tetapi masih ada penjual yang belum paham bagaimana cara melakukan digitalisasi *marketing* tersebut. Dari permasalahan tersebut, maka diperlukannya pengembangan sistem penjualan online yang mudah dipahami oleh kalangan penjual dan pembeli serta pemilik toko. *Transformasi Digitalisasi* penjualan *Online* UMKM desa Gintung Kerja ini dengan metode *prototype* yaitu, dengan melibatkan pengembang dan pengguna dalam pengembangannya agar sesuai dengan keinginan pengguna. Hasil akhir dari penelitian ini adalah terciptanya *prototype* sebuah sistem penjualan *online* yang mengubah metode penjualan menjadi digital yang menjadi salah satu potensi yang sangat berpengaruh dalam penjualan di era digital ini. Dengan adanya sistem ini penjual dapat meningkatkan pendapatan melalui jalur digital (*online*).

Kata Kunci : *Digitalisasi, Online, Penjualan, Prototype*

ABSTRACT

In today's modern era, various sales transactions are carried out digitally. Online-based sales become one of the sales potential that has a very large opportunity in getting a profit, but there are still sellers who do not understand how to digitize marketing. From these problems, the need for the development of an online sales system that is easily understood by sellers and buyers and store owners. Digitalization transformation of online sales of MSMEs in Gintung Work village with prototype methods, namely, by involving developers and users in their development to fit the wishes of users. The end result of this research is the creation of a prototype of an online sales system that turns the method of sales into digital which becomes one of the most influential potentials in sales in this digital era. With this system sellers can increase revenue through digital channels (*online*).

Keyword : *UMKM, Social Media, Information Technology, Marketing*

PENDAHULUAN

Digitalisasi UMKM merupakan Sebuah karya digitalisasi iklan barang-barang UMKM oleh para pelaku UMKM Entrepreneur. Pada dasarnya, dalam masa inovasi yang semakin

modern, telah mempermudah para pelaku bisnis untuk memasarkan dan menjual barang-barang mereka secara online.

UMKM atau Usaha Kecil dan Menengah adalah unit usaha yang sering dijalankan oleh masyarakat. Dalam perkembangan teknologi yang terjadi masa kini akan menjadi tantangan bagi UMKM bila tidak bisa mengikuti perkembangan tersebut. Terlebih lagi pada masa pandemic ini, konsumen akan mencari kemudahan dalam mendapatkan barang. Dengan adanya teknologi yang dapat memudahkan hal tersebut, seperti berjualan via *online*. Maka hal tersebut dapat menjadi suatu solusi untuk masalah yang ada.

Dengan pemanfaatan teknologi informasi, UMKM dapat memiliki peluang untuk terus meningkatkan produktivitas dan pemasarannya, dan UMKM juga dapat bekerja sama satu sama lain melalui Teknologi informasi tersebut. Dan yang mendorong potensi berkembangnya UMKM salah satunya adalah sosial media yang dapat menghubungkan dengan banyak orang dengan mudah.

Pada Desa Gintung Kerta pemasaran UMKM masih belum terwadahi dari segi pemasaran, hal ini menyebabkan sebagian masyarakat di dalam maupun di luar Desa Gintung Kerta belum mengetahui akan UMKM yang ada di Desa Gintung Kerta. Terlebih lagi dengan banyaknya industri di daerah tersebut yang menjadikan Desa Gintung Kerta menjadi jalur lalu-lalang pegawai pabrik. Hal ini menjadi salah satu potensi bagi para pedagang UMKM untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar. Dari segi pemesanan, tanpa adanya wadah social media bagi UMKM membuat konsumen kesulitan dalam membeli produk dan minimnya informasi toko seperti : kapan toko mulai buka dan tutup, juga pada masa pandemi ini sangat tidak dianjurkan untuk tidak datang langsung ke toko, dan pada bidang industri, untuk para pegawai yang tidak memiliki banyak waktu istirahat, sistem ini bisa menjadi salah satu solusinya dengan memesan ke toko tanpa datang langsung ke lokasi toko tersebut. Tujuan dari perancangan digital marketing ini untuk mendorong penjualan produk UMKM desa Gintung Kerja agar menjadi lebih dikenal oleh masyarakat Karawang kota dan sekitarnya agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar serta dapat meningkatkan tingkat ekonomi masyarakatnya. Dari sisi konsumen tujuannya agar lebih mudah mencari produk yang diinginkan serta transaksi lebih mudah dengan cara transfer pembayaran.

Transformasi Digital artinya perubahan yang berskala besar dan mendasar pada penerapan teknologi informasi dalam bentuk digitalisasi (informasi tentang teks, suara, gambar atau multimedia untuk enciptakan hal baru atau modiikasi proses bisnis, budaya dan industry.



Gambar-1 Transformasi Digital (sumber:

<https://www.republika.co.id/berita/qq28tn3717000/apa-itu-transformasi-digital>

Penjualan atau penjaajaan Merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam mendagangkan barang atau jasanya untuk mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut, penjualan dapat diartikan sebagai Transfer atau pengalihan kepemilikan barang atau jasa dari penjual ke pembeli. (Arfianto & Nugrahanti, 2018).

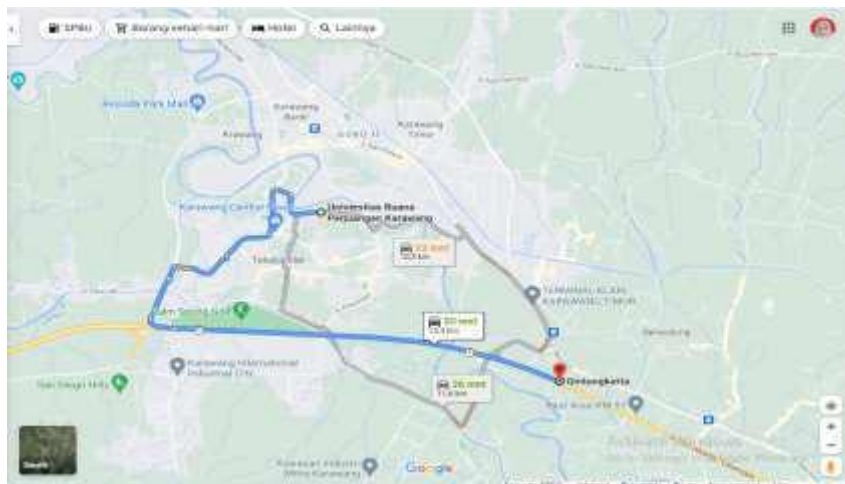
Penjualan ialah sebuah proses Kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual saling memenuhi satu sama lain melalui pertukaran informasi Dan minat yang disebut sebagai transaksi. (Solihin & Nusa, 2017).

Penjualan mengacu pada perdagangan barang ataupun jasa sebagai bisnis utama perusahaan, biasanya secara rutin dilakukan. Penjualan juga menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Semakin besar penjualan, semakin besar pula pendapatan perusahaan. (Haerulah & Ismiyatih, 2017).

METODE PENELITIAN

Pengabdian kepada masyarakat ini berlokasi di Desa Gintung Kerta Kecamatan Klari Kabupaten Karawang dengan waktu pengabdian dilakukan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan waktu yang belum ditentukan.

Desa Gintung Kerta merupakan desa dengan penjual UMKM yang lumayan banyak, hal ini disebabkan karena Desa Gintung Kerta memiliki lahan industri yang cukup banyak yang menjadikan jalur di desa tersebut banyak dilalui oleh para buruh pabrik, sehingga warga sekitar memanfaatkan hal tersebut dengan membuka berbagai jenis usaha UMKM di desa tersebut



Gambar-2 Lokasi dan Kantor Desa Gintung Kerta

A. Metode Kegiatan

Metode sosialisasi *Transformasi Digital Marketing*

- a. Pengenalan *E-commerce dan Marketplace*
- b. Pembuatan akun *E-Commerce*
- c. Upload produk-produk di UMKM Gintung Kerta
- d. Share ke semua jejaring sosial.

B. Langkah-langkah Kegiatan

Pengabdian ini dilakukan di desa Gintung Kerta Kecamatan Klari Kabupaten Karawang yang berpusat dibidang proses penjualan/*marketing* pada pedagang UMKM. Penelitian ini meliputi digitalisasi pada penjualan yang semula penjualan dilakukan dengan offline, maka akan dirubah dengan penjualan yang dilakukan secara *online* tanpa meghilangkan proses penjualan offline.

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan cara :

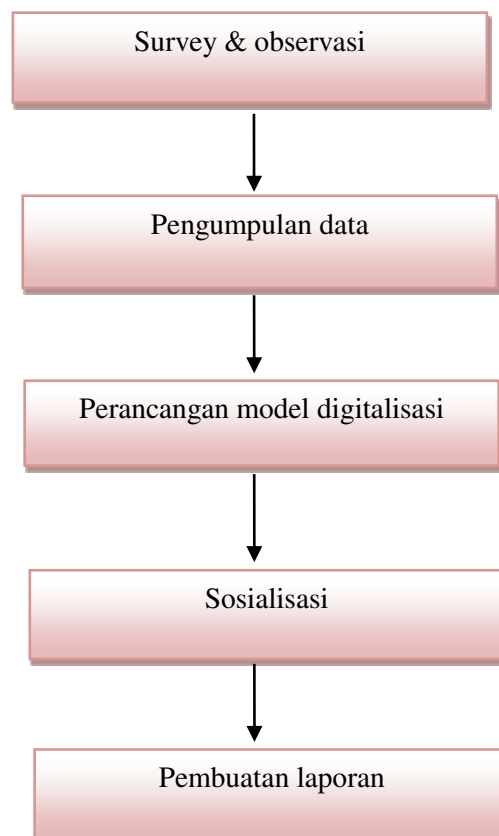
1. Kegiatan penyuluhan UMKM yang dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang diikuti oleh kelompok-kelompok pelaku UMKM di desa Gintung Kerja.
2. Tahap pertama, mencari dan mengumpulkan data warga yang memiliki UMKM melalui wawancara ketua RT setempat dan warga yang memiliki KTP desa Gintung Kerta.
3. Tahap kedua, persiapan pelaksanaan penyuluhan, persiapan dimulai dengan menata tempat yang akan digunakan penyuluhan, yaitu di rumah ibu tarminah salah satu pemilik UMKM, kemudian menyiapkan alat-alat untuk melakukan penyuluhan seperti laptop, infocus, handphone untuk sambungan internet dll
4. Tahap ketiga, pelaksanaan penyuluhan/sosialisasi UMKM. Penyuluhan UMKM dilaksanakan sesuai jadwal yang disepakati dengan ketua RT dan pelaku UMKM.

5. Presentasi materi *Transformasi Digitalisasi Marketing* produk UMKM melalui *Marketplace*.

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan cara :

- 1 Survey lokasi desa dan lokasi UMKM
- 2 Observasi dan wawancara kepada pelaku UMKM
- 3 Pengumpulan data pengguna UMKM.
- 4 Perancangan model digitalisasi dengan menggunakan diagram Unified Modeling Language (UML) dengan diagram use case dan diagram activity.
- 5 Pembuatan aplikasi digital marketing.
- 6 Sosialisasi penggunaan Digitalisasi Marketing.
- 7 Pembuatan laporan pengabdian.

Langkah-langkah penyusunan pengabdian



Gambar 3 Langkah-langkah Pengabdian

Waktu dan Tempat Pengabdian

Sedangkan waktu pelaksanaan pengabdian berlangsung selama 1 bulan penuh. Mulai dari pengumpulan data sampai pembuatan laporan penelitian, maka waktu dan kegiatan penelitian terangkum pada table berikut :

Tabel-1. Kegiatan Penelitian

NO	Deskripsi	Waktu(minggu ke-)			
		1	2	3	4
1	Pengumpulan data melalui website resmi desa				
2	Pemilihan <i>Marketplace</i> media sosial				
3	Pelatihan pengenalan <i>Marketplace</i>				
4	Pembuatan akun media sosial UMKM				
5	Pelatihan upload produk “Kaset: di media sosial				
6	Pembuatan Laporan				

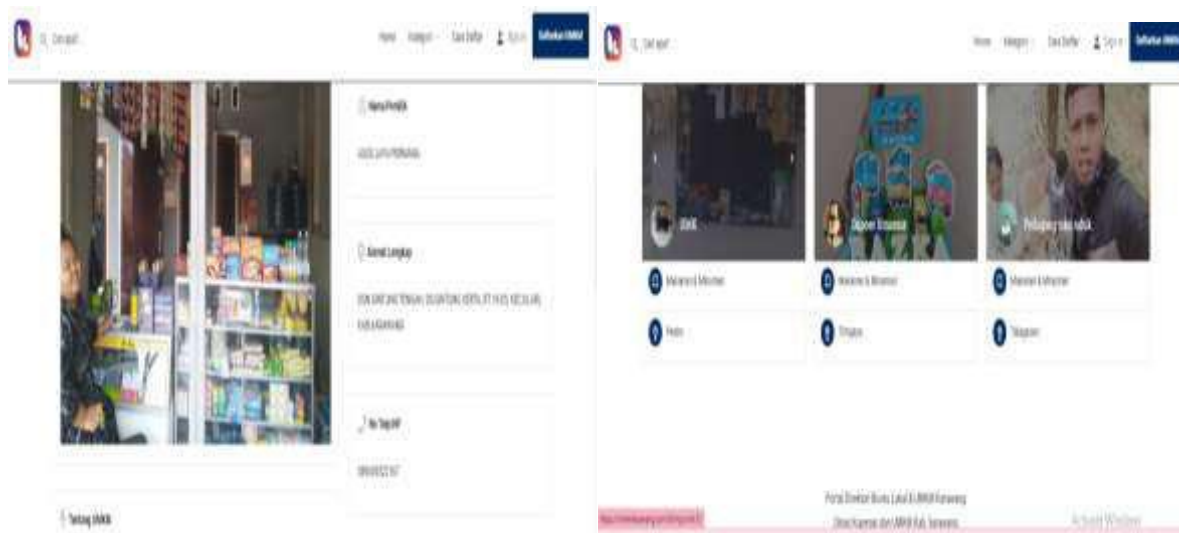
HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM mengalami banyak hambatan [14] diantaranya pelaku UMKM memiliki keterbatasan didalam penguasaan informasi teknologi. Sementara tuntutan kebutuhan atas penggunaan dan penguasaan teknologi informasi tersebut sudah terasa semakin mendesak mengingat tingkat persaingan di pasar local, regional maupun global, dimana setiap pelaku usaha sudah mulai dituntut untuk mampu menyajikan informasi secara cepat dan akurat kepada pelanggannya [15]. Tidak hanya itu pelaku UMKM desa gantung Kerta juga kurang menguasai cara pengemasan produk yang menarik untuk dapat dijual secara online dan dapat menarik pelanggan. Dengan pendampingan kurang lebih selama satu bulan mahasiswa kkn mendampingi pelaku UMKM dengan menciptakan produk baru sehingga sekarang produk tersebut sudah dapat dipasarkan dimedia sosial seperti instagram dan facebook.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka desa Gantung Kerta perlu di Edukasi tentang pemanfaatan teknologi informasi untuk melakukan *Transformasi Digital* dalam hal pemasaran produk UMKM, sehingga sistem penjualan dan pemasaran produknya lebih kreatif dan inovatif. Dan juga memotivasi pengusaha UMKM di desa Gantung Kerta untuk mulai mengembangkan potensi yang telah dimiliki desa tersebut, dengan harapan mampu meningkatkan taraf hidup di kemudian harinya. Karna saat ini pelaku UMKM hanya menjual produknya dengan cara dijual dalam lingkup desa secara offline. Model *Transformasi Digital* UMKM ini mengajak pelaku UMKM untuk meningkatkan usahanya dengan cara memberi logo/stiker sebagai tanda pengenal produk, memberikan contoh pengemasan yang menarik

yang dapat dijual secara online dan memberikan berbagai model produk, sehingga konsumen bisa merasakan berbagai produk UMKM desa Gintung Kerta.

Dengan UMKM, wujud kegiatan memberikan materi dan motivasi agar dapat mengubah cara berfikir, agar memiliki keberanian dalam memasarkan suatu produk secara online, berinovasi dalam pengembangan pengemasan produk menjadi lebih modern. Sehingga dapat membantu perekonomian keluarga dan dapat menciptakan lapangan kerja yang baru. Pada Era modern sekarang yang hampir semuanya serba digital, penjualan berbasis *online* menjadi salah satu potensi penjualan yang memiliki peluang sangat besar dalam mendapatkan laba, akan tetapi masih ada penjual yang belum paham bagaimana cara melakukan digitalisasi *marketing* tersebut. Dari permasalahan tersebut, maka diperlukannya pengembangan sistem penjualan online yang mudah dipahami oleh kalangan penjual produk UMKM desa Gintung Kerta. Hasil akhir dari pengabdian ini adalah terciptanya model *Transformasi Digital Marketing* produk UMKM yang akan mengubah model penjualan offline atau secara langsung menjadi penjualan digital yang menjadi salah satu potensi yang sangat berpengaruh dalam penjualan di era digital ini.



Gambar Pemasaran produk UMKM di website UMKM Karawang

KESIMPULAN DAN SARAN

Model *Transformasi Digital Marketing* ini dilaksanakan di desa *Gintung Kerta*, kecamatan *Klari*, Karawang Timur ini membahas tentang pengembangan UMKM dengan transformasi digital dalam rangka pertahanan ekonomi ditengah lingkungan masyarakat desa terutama pemasaran produksi UMKM dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Tujuan dan target sudah tercapai yaitu mengajak pelaku UMKM untuk berinovasi akan produk yang

akan dijual menjadi lebih menarik, dan menjual produk secara online guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Sedangkan saran yang diberikan adalah untuk pelaku UMKM sebaiknya dapat memanfaatkan media sosial seperti instagram dan facebook yang sudah dibuatkan oleh mahasiswa KKN seoptimal mungkin sebagai sarana promosi secara maksimal. Dan pengusaha UMKM dapat menambah usaha untuk mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfianto, F. R., & Nugrahanti, F. (2018). RANCANG BANGUN APLIKASI PENJUALAN PERUMAHAN BERBASIS WEB PADA CV. GRAND PERMATA RESIDENCE MAGETAN. *Literasi Digital pada Era Revolusi Industri 4.0*, 175.
- Haerulah, E., & Ismiyati, S. (2017). APLIKASI E-COMMERCE PENJUALAN SOUVENIR PERNIKAHAN PADA TOKO “XYZ”. *Jurnal PROSISKO*, 45.
- Mardiyani, S. A., Sari, D. N., Koti, S., Cahyati, R., Safitri, H., Aziz, M. A., . . . Sukmana, P. E. (2020). DIGITALISASI DESA UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN DAN INFORMASI. *JURNAL PEMBELAJARAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, 188-189.
- Marlina, A., & Bimo, A. W. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank . *Jurnal Ilmiah Inovator*, 18.
- Mas, S. R., & Sumo, A. (2017). TRANSFORMASI NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN PADA SISWA SMK. *Manajemen dan Supervisi pendidikan*, 116.
- Michael, D., & Gustina, D. (2019). RANCANG BANGUN PROTOTYPE MONITORING KAPASITAS AIR PADA KOLAM IKAN SECARA OTOMATIS DENGAN MENGGUNAKAN MIKROKONTROLLER ARDUINO. *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer dan Informatika*, 61.
- Prasetyo, A. (2016). *UKM, KELAYAKAN USAHA DAN PENGUKURAN KINERJA*. Jakarta: INDOCAMP.
- Putra, T. A., & Saruni, D. (2020). RANCANG BANGUN APLIKASI INVESTASI UKM BERBASIS WEB DENGAN FITUR PENENTUAN RESIKO BISNIS . *CSRID Journal*, 119.
- Roihan, A., Kusumah, H., & Permana, A. (2018). PROTOTYPE FAST TRACKING OF DETECTION OFFENDERS SMOKING ZONE BERBASIS INTERNET OF THINGS. *Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 112-113.
- Sarnita, F., & Eddy, A. (2018). Peningkatan Model Pembelajaran Langsung berbantuan Prototype Benda Langit Terhadap Hasil Belajar Siswa Tuna Netra. *Prosiding Seminar Nasional : Lembaga Penelitian dan Pendidikan (LPP) Mandala*, 486.

- Solihin, H. H., & Nusa, A. A. (2017). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN, PEMBELIAN DAN PERSEDIAAN SUKU CADANG PADA BENGKEL TIGA PUTRA MOTOR GARUT . *Jurnal Teknologi Informasi dan Elektronika*, 108.
- Tambunan, L., & Sela, K. T. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENDATAAN PEMAKAIAN BAHAN BAKAR KENDARAAN PADA PT.DAHEPA DAMAI PRATAMA DENGAN MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN VISUAL BASIC.NET DAN DATABASE SQL SERVER. *Jaringan Sistem Informasi Robotik*, 132.
- Triyanto, & Mardhiah, N. (2020). TRANSFORMASI BUDAYA MESEURAYA PASCA PENANGGULANGAN BENCANA TSUNAMI 2004 DI GAMBONG KEUB KABUPATEN ACEH BARAT. *Comunity*, 25.
- Desi, R. and Muryanto, S. (2021) ‘Pengembangan UMKM dengan Transformasi Digital dalam Rangka Pertahanan Ekonomi Ditengah Pandemi Covid-19 di Dusun Bendo , Desa Seboto , Kecamatan Gladagsari , Kabupaten Boyolali’, 2(1), pp. 11–16.
- A. U. Ulya, D. Agustin, and P. Ketiga, “PEGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI E-MARKETING PADA UMKM DESA SUMBER,” vol. 2, no. 2, pp. 2–5, 2019.
- S. Hadi, A. F. Wijaya, and B. S. Utami, “Pemberdayaan Umkm Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Kabupaten Kendal Menuju Pasar Global,” *J. Inform.*, vol. 12, no. 1, pp. 51–66, 2016, doi: 10.21460/inf.2016.121.422.